

CRISTIANE PARENTE & MANUEL PINTO

cristiane.parenite@hotmail.com; mjspinto@gmail.com

**CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS) – UNIVERSIDADE DO MINHO**

SOS IMPRENSA: 20 ANOS DE EXERCÍCIO DE CIDADANIA E EDUCAÇÃO

RESUMO

Em 2016 o SOS Imprensa completou 20 anos de atuação. Iniciando suas atividades na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – UnB (Brasília/Brasil) em 1996, como um projeto de extensão para apoiar vítimas da imprensa, passou em 2000 a ser um observatório e a fazer parte da RENOI – Rede Nacional de Observatórios de Imprensa, lançada em 2005. A propósito da celebração das suas duas décadas de existência, fizemos uma análise do conteúdo de suas publicações no Facebook, refletindo sobre as contribuições que as mesmas podem ter para uma educação para a mídia, considerada por autores como Herrera, Mota e Christofoletti, entre outros, como uma das funções dos observatórios de mídia, conceituados por Bertrand como MAS – *Media Accountability Systems* (ou MARS – Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia).

Entre campanhas, poemas e muitos artigos de opinião encontrados, utilizamos uma abordagem quanti-qualitativa para analisar que temas destacam-se nessas publicações, quais características mais se aproximam da noção de cidadania e participação que o observatório pretende ter e como esses textos podem nos ajudar a refletir sobre o que seriam boas práticas de jornalismo. Também foram feitos alguns questionários e entrevistas semiestruturadas com pessoas que fazem e fizeram parte da história desse observatório. O que fica claro para nós é que, apesar de oferecer um serviço de extrema importância ao público, a relevância do SOS Imprensa fica limitada devido à falta de conhecimento dos direitos que o cidadão brasileiro tem. E, neste caso específico, do Direito à Comunicação, o que nos faz pensar na urgência cada vez maior de uma Alfabetização Midiática como política pública no país.

PALAVRAS-CHAVE

Observatório da imprensa; cidadania; mídia; educação

O direito à informação é reconhecido, nomeadamente pelas Nações Unidas, como fundamental para a democracia, assim como para o conhecimento, exercício e proteção de outros direitos. A liberdade de informação tem sua importância reconhecida em vários instrumentos internacionais como o Pacto Internacional sobre os Direitos Civis e Políticos (1966), a Convenção Americana sobre os Direitos Humanos (1969), a Declaração de Brisbane – Liberdade de Informação: o direito de saber (2010), a Declaração de Maputo: Favorecer a liberdade de expressão, o acesso à informação e a autonomização das pessoas (2008) e a Declaração de Dacar sobre os média e a boa governança (2005). Ter acesso a informações de qualidade e com pluralidade e diversidade de fontes é uma forma que as pessoas têm de construir sua opinião baseadas em diferentes olhares e, assim, podem exercer sua cidadania plena.

Como os meios de comunicação são cada vez mais determinantes no modo como adquirimos, transmitimos e construímos informações e saberes sobre o mundo, é importante que sejam analisados, assim como os cidadãos devem ser preparados para ter uma relação mais crítica e construtiva com eles.

Bertrand (2002) lista e analisa uma série de modalidades que ele designa por MAS – *Media Accountability Systems*, no sentido de se trabalhar um olhar mais crítico e consciente em relação à mídia. São publicações especializadas, ouvidorias, conselhos de imprensa e uma das formas mais comuns de crítica dos meios de comunicação, que são os observatórios de mídia.

Segundo Christofletti e Motta (2008), os observatórios possuem pelo menos duas funções. Uma de monitorização dos veículos e de seus profissionais e a outra de alfabetização midiática da sociedade. Ambas podem contribuir para melhorar a mídia a partir do seu olhar crítico que desnaturaliza os processos midiáticos. Um olhar que não apenas aponta falhas, problemas éticos e desvios, mas também encontra boas práticas, sugere caminhos, estimula a autocrítica e a participação, num exercício de cidadania.

Para o professor da Universidade de Brasília Fernando Paulino, um dos bolsistas pioneiros do SOS-Imprensa, um observatório deve sempre observar boas práticas; oferecer formação, num diálogo constante com instituições de educação básica e ser proativo com o público infanto-juvenil, além de ter um importante papel na formação do profissional, em diálogo com as instituições de ensino e as empresas de comunicação.

Bertrand (2002) ressalta que quando os MAS e, neste caso, os observatórios, tornam transparentes os processos que ocorrem nos bastidores midiáticos, contribuem não apenas para melhorar a qualidade dos meios

de comunicação, mas também a formação de cidadãos, que podem vir a ser melhor alfabetizados midiaticamente, consumir de forma mais crítica e construtiva as informações que recebem e produzir suas informações com mais qualidade.

CONTEXTO

Tem sido cada vez mais frequente no mundo a criação de observatórios como forma de participação cidadã e da sociedade cobrar seus direitos, demandar e monitorar leis, informações com qualidade, etc contribuindo para uma democracia mais sólida e um exercício pleno da cidadania. Segundo Motta (2008, p. 30), o aparecimento dos observatórios de mídia “decorreu de uma consciência progressiva sobre o distanciamento dos valores jornalísticos (que orientam a cobertura da indústria cultural e informativa) dos problemas e atores sociais do país e da necessidade de contrapor alternativas a esse relativo alheamento da mídia”.

Os primeiros observatórios de mídia surgiram nos EUA na década de 80, associados a uma ideia de comunicação democrática. Agregavam-se às experiências de ombudsman, além do *media-criticism*, que já existia e tinha como objetivo estimular a reflexão da sociedade e dos profissionais sobre a prática e a função jornalística (Correia, Carvalheiro, Moraes & Sousa, 2011, p. 471). Dessa forma, os observatórios podem ser analisados em termos de espaços de participação, locais de exercício da atividade crítica. E, complementamos, de cidadania.

Segundo Herrera Damas (2005), existem algumas características básicas no perfil dos observatórios latino-americanos: reconhecimento dos meios e da comunicação para a democracia; insatisfação com a situação da mídia (falta de qualidade na informação, concentração da propriedade, falta de diversidade e pluralidade de fontes e opiniões, etc.); reivindicação de uma nova forma de fazer jornalismo e entender a função dos meios de comunicação, com um olhar mais cidadão e entendendo a comunicação como um direito humano.

Ainda segundo Herrera Damas (2005) existe entre esses observatórios uma constante e sistemática atividade de monitoramento; um caráter propositivo e uma finalidade mais prescritiva que descritiva (com a intenção de melhorar os meios, não apenas de criticar); uma intencionalidade revisionista e reformista (para mudar ou denunciar o que não está correto); diversidade e criatividade em suas atuações; convicção da importância de divulgar sua atividade; uso de novas tecnologias e reivindicação de outro público consumidor de meios, que tenha um consumo mais crítico.

20 ANOS — ALGUMAS LINHAS DE HISTORIA

O SOS Imprensa foi um dos primeiros observatórios de mídia no Brasil. Nasceu em 1993, na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC-UnB), inspirado por outros dois e entre o surgimento deles: Observatório de Imprensa, o mais famoso e antigo, criado pelo jornalista Alberto Dines e ainda hoje em funcionamento e o Instituto Gutenberg, criado pelo jornalista Sérgio Gusmão, mas que não teve longa vida.

No início, o SOS nasce como um projeto de pesquisa intitulado “Formas de apoio às vítimas da imprensa”. Com o tempo, porém, percebe-se que essa ideia acaba por “vilanizar” a imprensa e o foco altera-se para “Formas de Apoio aos Usuários da Imprensa”, com a busca de exemplos que ultrapassassem a denúncia e a leitura crítica, mostrando a imprensa como um serviço público.

Uma de suas inspirações era o serviço oferecido à comunidade por cursos como Letras e Direito (projeto “O Direito achado na rua”), com o apoio de um “Disque” (um número de telefone). As pessoas ligavam e tiravam dúvidas com os bolsistas de cada área. Talvez pelo fato do cidadão brasileiro, em geral, não conhecer muito os seus direitos, nomeadamente os relacionados à comunicação, o Disque-Imprensa do SOS não vingou por muito tempo. E até hoje no Brasil não há, segundo Silva e Paulino (2016), um serviço de atendimento às vítimas da imprensa e de orientações quanto aos direitos relacionados à comunicação.

De projeto de pesquisa o SOS passou a ser de extensão, na modalidade “ação continuada”, o que tem permitido sua longevidade até hoje. Seu foco de trabalho amplia-se e ele passa a ter três diferentes enfoques: monitoramento de casos de erros, abusos ou danos causados pela imprensa; leitura crítica; e *media literacy*, podendo receber quatro tipos de pedidos de “socorro” ou SOS: “Socorro, eu fui vítima da imprensa”; “Socorro, eu preciso da imprensa”; “Socorro, a imprensa precisa de ajuda” e, por fim, “Socorro, o cidadão precisa de outras imprensas”.

Mesmo sendo projeto de extensão, modalidade que pressupõe muito diálogo e interface com a comunidade externa à universidade (os alunos de comunicação chegaram a realizar programas de TV, Rádio, oficinas em escolas, etc.), o projeto acabou por fomentar o debate interno sobre ética, papel da mídia, imprensa e também possibilitou a participação dos estudantes em diversos congressos e pesquisas. Esse debate e possibilidade de produção de canais alternativos à grande mídia é um espaço privilegiado que as universidades podem proporcionar, tendo em vista que, pelo menos no Brasil, são poucos os espaços de debate da mídia e canais comunitários

que ainda restam, aumentando ainda mais a importância dos poucos observatórios ligados a universidades.

Silva e Paulino (2016) dividem os 20 anos do SOS em quatro fases: Uma primeira mais focada em compreender a imprensa como um serviço ao público, mas que era também fonte de erros e abusos; a segunda, quando houve consciência da existência de diferentes tipos de MAS por parte dos docentes, consultores e alunos envolvidos no SOS, com a leitura de textos e debates sobre *civic journalism*, diferenciação entre interesse público e interesse do público, etc. Uma terceira fase, que levou os participantes do SOS a realizarem produtos de leitura crítica, programa de TV, site, blog e conexão com a disciplina Ética na Comunicação. E atualmente a quarta fase, na qual o SOS se encontra.

Atualmente o observatório busca a construção do campo da literacia para a comunicação social. E isso tem a ver com todo um contexto nacional de falta de debate sobre os meios de comunicação e o direito à comunicação, preocupação que perpassa a universidade e que pode unir os 15 projetos que fazem parte da RENOI.

METODOLOGIA

Para a elaboração do presente texto, usamos análise documental relativa a formas de accountability relativa à mídia, em especial observatórios; entrevistas semiestruturadas; questionários a 12 ex-participantes do projeto (com retorno de 40% até à data solicitada e mais 20% depois); além de análise do conteúdo dos textos publicados no Facebook, entre 2011 e 2016, ano em que o SOS-Imprensa completou 20 anos. Nesse caso, avaliámos um total de 233 textos, categorizando-os pelo tom predominante de cada um (negativo, positivo ou neutro), como explicitaremos mais adiante.

A ideia era buscar compreender que temas estão sendo explorados, de que forma estão usando a rede para a leitura crítica e/ou alfabetização midiática do seu público, se há equilíbrio entre os autores do ponto de vista de gênero, e sugestões de melhoria a partir dos resultados obtidos.

ALGUNS RESULTADOS, MUITAS POSSIBILIDADES

Para os ex-integrantes do SOS Imprensa que responderam a nosso questionário, as funções de um observatório de mídia são: realizar, publicar e consolidar casos de análise crítica de conteúdos veiculados pelos meios

de comunicação que possam servir de boas e más práticas; desenvolver guias de conduta para os profissionais de comunicação; participar de momentos de pressão por transformações na mídia e pelo desenho de políticas públicas para a comunicação; formar cidadãos mais midiaticamente educados e estudantes mais críticos; expor e debater a mídia na própria mídia, estimulando a reflexão do telespectador/leitor/ouvinte/internauta.

Outras respostas: defender o código de ética do jornalismo, bem como os cidadãos que que se sentirem atingidos pela violação desse código por parte dos profissionais e empresas de comunicação; vigilância, análise, autocrítica, feedback e aprendizado.

Entre os anos de 2011 e 2016 (com exceção de 2013, em que não houve publicações) contabilizamos e analisamos 233 textos publicados diretamente no Facebook ou com *links* neste e publicados no blog do SOS. Ficaram de fora *links* para vídeos do YouTube, convocações para reuniões, textos cujos links estavam quebrados, *memes*, além de atualizações de capas e de perfil.

Dessa análise, emergiram alguns pontos que queremos apenas deixar como reflexão para os observatórios universitários e o próprio SOS, pelo trabalho importante que fazem. São mais sugestões de reflexões do que propriamente alguma crítica, porque da mesma forma que Silva e Paulino, acreditamos que o mais importante no trabalho de análise da mídia, é apontar e sugerir caminhos, boas práticas, sugerir reflexões, inspirar e não apenas criticar.

Fazendo essas ressalvas apontamos algumas de nossas considerações – preliminares, visto que a pesquisa continua. Com exceção do ano de 2012, em que o número de mulheres que publicou textos no SOS foi o dobro do número de homens, nos outros anos a proporção acaba por ser mais equilibrada, mesmo levando em consideração que o observatório publicou textos externos (que não eram de alunos).

Os temas encontrados são variados e, de certa forma, equilibrados por gêneros, quando pensamos nas produções que retratam a mídia ou onde ela é citada de alguma forma. Em 2015, por exemplo, metade dos textos relacionados com mídia foram escritos por homens e a outra metade por mulheres. Em 2016, porém, as mulheres acabaram escrevendo bem mais sobre mídia que os homens.

Mais importante que o gênero, neste caso, vale destacar que há uma grande quantidade de textos que não possuem a mídia como suporte, análise direta ou mesmo como mera citação, o que a nosso ver deveria gerar algum tipo de reflexão dentro do observatório. Não há problema nenhum

em falar sobre corrupção, mas não seria mais interessante mostrar como a corrupção é revelada nas páginas de um veículo de comunicação já que o SOS é um observatório de mídia?

Vejamos a tabela com os números sobre os textos e sua relação com a mídia:

	2011	2012	2014	2015	2016	TOTAL
Textos com relação com a mídia	4 (100%)	1 (100%)	8 (72,72%)	42 (71,18%)	65 (41,66%)	120 (50,84%)
Textos sem relação com a mídia	0	0	3 (27,27%)	17 (28,81%)	91 (58,33%)	111 (47,03%)

Tabela 1: Porcentagem de textos com relação ou não com a mídia

O que se pode perceber, em geral, em todos os anos, é uma certa predominância da temática feminista entre as autoras mulheres, assim como temas da pauta LGBTTT e a desconstrução de estereótipos, objetificação da mulher e cultura do estupro. Isso não significa dizer, porém, que não houvesse homens a assinar textos com essas temáticas.

Destacamos, por exemplo, o texto “Lição das heroínas”, de Kallyo Aquiles, que fala de personagens femininas como Arlequina e sua relação amorosa abusiva com Coringa, no filme “Esquadrão Suicida”, além da forma sexualizada como é mostrada. Por acaso (ou não), o filme tem direção de um homem. O autor mostra também a personagem Jessica Jones, heroína da Marvel, protagonista de uma série na Netflix (dirigida por uma mulher), cujo papel foge a estereótipos, sexualização e objetificação da mulher.

Outro texto que destacamos é o de Lorena Fraga, sobre a espetacularização do luto e as matérias feitas na época da queda do avião da equipe de futebol da Chapecoense. Apesar da crítica feita à forma como muitas emissoras de TV cobriram o fato, a autora destaca um Guia com boas práticas e nos incentiva a refletir sobre a postura diante de tragédias como essa.

O que nos parece fugir um pouco à regra do que seria uma boa prática do SOS, e que valeria a pena ser levado à reflexão, são algumas liberdades relativas quer à escrita quer às imagens, que parecem deslocadas do que se espera de um observatório. Dois exemplos que talvez expressem melhor o que pretendemos sublinhar. No dia das crianças, em 2016, aparece

um recorte de jornal com a manchete dizendo “com apenas sete anos filho de Temer tem patrimônio de R\$ 2 milhões em imóveis”. Acima da imagem, a frase do SOS: “Dia da Criança né...”.

Que tipo de reflexão o post quis causar? Indignação com a criança? Com o pai? Com a matéria que está expondo a criança? Qual o intuito de ter exposto aquela imagem? Na verdade, aquela matéria, expondo a criança, é que poderia ter sido alvo de textos e reflexões. Mas aquele recorte de jornal foi apenas reproduzido. E, nesse caso, acreditamos que o SOS perdeu a oportunidade para ir além de um protesto que acabou ficando superficial, além de ter novamente exposto a criança.

Outra observação que deixamos para reflexão é até que ponto é interessante usar expressões como “nosso querido SOS”, “nossa amada Faculdade de Comunicação”, e outras do mesmo tipo. Muitas vezes é difícil até classificar um texto, porque ele começa como uma nota e depois acaba por virar um recado entre o grupo.

É preciso refletir que o observatório não é ou não deveria ser visto como uma atividade de um grupo de amigos da faculdade, mas que a ideia é ir além dos muros e paredes da sala de aula e da UnB. Por isso, o tom intimista e a auto-referencialidade esquecem que a expressão pública do SOS está está sendo veiculada para o mundo, e não apenas para quem “ama” a FAC.

Um ponto relevante a destacar é que, com o passar dos anos, os textos passaram a ter um tom mais positivo e/ou neutro do que negativo. E aqui, com o risco de alguma subjetividade que essa avaliação possa ter, explicamos como fizemos essa categorização: entendemos que um texto tinha conotação negativa quando fazia uma crítica ao tema que estava explorando e não saía desse lugar, ou seja, não avançava para soluções ou mostrava boas práticas. Caso o texto mostrasse os vários lados de um fato ou apenas retratasse algo, sem juízos de valor, a classificação seria neutra. De outra forma, se mostrasse apenas aspectos positivos de algo ou mesmo mostrando aspectos negativos, desse uma solução e/ou mostrasse o outro lado da história, entendíamos que o texto tinha um tom positivo, por seu caráter pedagógico de avançar com soluções, sugestões.

Acreditávamos que dentro da linha que o SOS pretendia ter, desde o seu início, que a maioria dos textos teria um tom positivo, mas a denúncia e a crítica ainda estão muito fortes, sem que com isso sejam acompanhadas de exemplos a serem mostrados para mudar aquela situação analisada. Ressaltamos, porém, o recuo desse número de textos com tom negativo ao longo do período 2014-2016 e o aumento dos textos enquadrados como positivos, conforme demonstramos abaixo:

2014 (11 textos) – 63,63% dos textos caráter negativo
27,27% dos textos com caráter positivo

2015 (59 textos) – 47,45% dos textos caráter negativo
35,59% dos textos com caráter positivo

2016 (156 textos) – 35,89% dos textos com caráter negativo
44,87% dos textos com caráter positivo

Se somarmos, porém, o número de textos de tom positivo com os de tom neutro, com exceção do ano de 2014, os anos seguintes terão porcentagem superior ao tom negativo, o que demonstra um avanço em relação a um olhar jornalístico que tende ao denunciismo:

2014 – Total de 36,36% de textos positivos + neutros versus 63,63% de textos negativos

2015 – Total de 59,54% de textos positivos + neutros versus 47,45% de textos negativos

2016 – Total de 63,46% de textos positivos + neutros versus 35,89% de textos negativos

Deixamos ainda registrado um ponto fundamental nas análises do conteúdo de organizações que trabalham com mídia, como os observatórios. É importante pensar nas fontes que são usadas quando escrevemos um texto e, mais ainda, na possibilidade de termos algum tipo de referência a políticas públicas, leis, códigos, etc para que as pessoas saibam com que bases podem invocar e exigir seus direitos. No caso do SOS, o quadro a seguir mostra que a maioria dos textos ainda não faz alusão a esses referenciais de políticas públicas, ainda que a tendência dos indicadores quantitativos seja positiva.

	2011	2012	2014	2015	2016
Pol. Púb/Const. Fed.					
Faz referência		1 (100%)	8 (72,72%)	26 (44,06%)	74 (47,43%)
Não faz referência	4 (100%)		3 (27,27%)	33 (55,93%)	82 (52,56%)

Tabela 2: Porcentagem de textos que fazem referência a políticas públicas, órgãos públicos, leis, Constituição Federal, etc.

CONCLUSÕES E ALGUMAS SUGESTÕES E DESAFIOS

A compreensão de que a comunicação é um direito não faz ainda parte da nossa cultura. O mesmo se passa com o debate acerca do jornalismo e da mídia, que ainda é visto como prerrogativa de seus profissionais, e não de toda a sociedade. Nesse sentido, experiências como o SOS Imprensa e outras tantas espalhadas por universidades no Brasil, sob o guarda-chuva da RENOI, acabam por ser ainda mais importantes, já que familiarizam produtos e serviços jornalísticos com o cidadão, de maneira em geral (Christofoletti, 2016).

Essas experiências de observatórios universitários/acadêmicos, notadamente o SOS, trazem para além da crítica de mídia, a possibilidade de estabelecimento de um diálogo com a indústria midiática e, sendo assim, de uma qualificação em seus processos e práticas e o debate para dentro da universidade e seu entorno sobre temas como jornalismo, ética, autoria, monopólio dos meios de comunicação, direitos, formação/atuação profissional, educação para a mídia/educomunicação, machismo, feminismo, educação, políticas públicas, violência, preconceito, adoção, racismo, democracia... temas muito recorrentes entre os artigos do SOS-Imprensa.

Das respostas de cerca de metade dos 12 ex-participantes no SOS Imprensa que inquirimos, podemos destacar alguns resultados que, inclusive, reverberaram em seus percursos acadêmicos, pessoais e profissionais. Entre eles: “aprender a olhar os veículos de forma diferenciada, mais crítica e analítica”; “autonomia para propor e executar atividades”; “o fato de instigar o olhar crítico sobre o papel da mídia na sociedade brasileira” e “a lição deixada foi sobre a tentativa de eu ser constantemente ético”.

Para Fernando Paulino, o SOS foi um importante espaço de formação para estudantes de Jornalismo, Publicidade e TV (curso que chegou a existir na Faculdade de Comunicação). “Depois de uma experiência como essa, os estudantes eram estimulados a ter mais cuidado no trabalho que desenvolviam ainda como estagiários e, especialmente, depois de formados”. Paulino destaca que um dos grandes méritos do projeto foi criar uma geração de pessoas relacionadas com a temática do SOS (leitura crítica dos meios, ética, etc) e influenciar os próprios canais de comunicação da UnB, como por exemplo, criando em 1998 a coluna de ombudsman do Campus, o jornal laboratório da faculdade, que existe até hoje. Paulino, inclusive, foi o primeiro a ocupar esse cargo.

Segundo Silva e Paulino,

uma geração de bolsistas, voluntários e alunos foram tocados pelo recado de que não basta serem bem-sucedidos

na vida e no mercado de trabalho, mas que é preciso que esse êxito seja comemorado também com a consciência do dever cumprido de acordo com princípios morais. (Silva & Paulino, 2016, p. 7)

Paulino comemora ainda o fato do SOS ter ajudado a criar e consolidar uma cultura de comunicação e cidadania na Faculdade de Comunicação, uma das marcas do curso e um dos seus maiores patrimônios.

Outro ponto destacado por Paulino foram as experiências de extensão que faziam com que alunos da UnB entrassem em contato com a comunidade fora da universidade e com alunos de escolas públicas do entorno de Brasília. Essas experiências não só eram significativas para quem fazia parte do projeto, mas também para a comunidade atendida. A partir delas, havia reflexão e questionamentos em relação a processos dos meios de comunicação que antes eram naturalizados. “Nesse momento, percebemos que essa ponte entre Comunicação e Educação era fundamental para que houvesse uma disseminação das boas práticas e, com isso também, pudéssemos aperfeiçoar os veículos de comunicação”, ressaltava Paulino.

Para Silva, coordenador do SOS desde a sua fundação até o início de 2017, vale destacar como resultado positivo da atuação do SOS nesses 20 anos, os momentos de viragem de uma leitura crítica para uma literacia, e a observação de práticas exemplares da mídia, mudando o tradicional olhar “para o que não está no lugar” para outro patamar, onde as coisas funcionam e podem/deverem ser compartilhadas. Um olhar além da denúncia, que reconheça a necessidade de se observarem paradigmas de conduta, “sob pena de se proceder a uma espécie de pedagogia do mal feito”.

Como recomendações finais, a partir do retorno das entrevistas, da pesquisa documental e da análise de parte do conteúdo do SOS, que está disponível no Facebook e em seu *blog*, acreditamos, entre outras coisas, que o projeto deve investir mais na divulgação de suas ações, uma carência sentida por todos os envolvidos ouvidos/interrogados nesta pesquisa e claramente visualizada nas (ainda relativamente poucas) interações do observatório nos seus canais de comunicação. Detalhe este que ficará para um próximo artigo junto com o restante material que ainda temos em mãos.

A divulgação mais ampla do SOS ampliaria o número de pessoas a ter contato com o material produzido pelos participantes e, sendo assim, a reflexão que o observatório gostaria de provocar a partir de seu material. Não apenas entre os estudantes da faculdade, mas na comunidade externa, que é na verdade a que mais precisa, visto que não tem as mesmas possibilidades de debater a mídia como uma Faculdade de Comunicação.

Talvez fosse o caso de parceria com escolas da rede pública que pudessem vir a usar os textos publicados para estimular debates em sala; ou ainda palestras e/ou workshops periódicos que os alunos do SOS poderiam dar como um serviço do observatório nessa sua nova fase de literacia midiática, função essa destacada por todos os entrevistados como uma das ações de um observatório e do SOS em particular.

Para que isso aconteça, porém, vem outra recomendação, compartilhada por alguns entrevistados, que é estruturar melhor o SOS, começando, por exemplo, com uma melhor metodologia de análise dos conteúdos veiculados pela mídia, como afirma um dos ex-alunos e hoje doutorando da FAC, além de encontrar um formato que seja mais acessível e didático para a divulgação do resultado dessas pesquisas.

Outra sugestão é um maior acompanhamento do projeto por um responsável, que pudesse orientar e aprofundar mais as discussões, os conteúdos, a metodologia. “Houve períodos em que somente os estudantes levavam o projeto”, ressalta o ex-aluno. E aqui destacamos que esse “levar o projeto sozinho” talvez possa ser sentido em algumas interrupções de conteúdo do projeto que podem ser vistas no Facebook, como o ano de 2013 sem nenhuma postagem, por exemplo. Ou ainda, uma certa falta de identidade nos textos publicados entre 2011 e 2016 nessa rede social. Por outro lado, fica a pergunta para reflexão do grupo: será que a cara do SOS não é justamente não ter uma cara? Ou isso acontece porque falta uma maior reflexão e “direcionamento” da linha editorial a seguir?

Por fim, fica a certeza de que se as pessoas tivessem mais noção dos seus direitos, especialmente os ligados a comunicação, o SOS Imprensa teria seu papel mais destacado e teria sido mais acionado desde sua criação. Apesar de, por outro lado, todos os entrevistados terem dito que é papel do SOS fazer com que esse conhecimento popularize-se e sensibilizar o cidadão para conhecer esse direito. Nesse ponto, houve em alguns momentos do observatório, publicação de guias, cartilhas, programas de TV, Rádio e agora mais recentemente, perfil nas redes sociais e no YouTube. Fica aqui registrada a fala de um dos participantes do SOS que afirma que, “mais do que conhecer os direitos à comunicação o cidadão precisa acreditar neles”. Deixamos então nosso desafio ao SOS de construir essa cultura cidadã, essa literacia midiática em parceria com outras instituições da sociedade e, especialmente, acreditar!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bertrand, C. J. (2002). *A Deontologia dos Media*. Coimbra: Minerva Coimbra
- Christofoletti, R. (2016, 25 de maio). A crítica do jornalismo catalisa o debate público. Retirado de <http://observatoriodaimprensa.com.br/observatorio-da-imprensa-20-anos/critica-do-jornalismo-catalisa-o-debate-publico/>.
- Christofoletti, R. & Motta, L. G. (2008, 9 de setembro). A cidadania se mobiliza para monitorar a mídia. Retirado de <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/imprimir/13188>
- Correia, J. C.; Carvalheiro, J. R.; Morais, R. & Sousa, J. C. (2011). Observatórios de media, cidadania e educação para os meios: sugestões baseadas numa pesquisa sobre imprensa regional. In S. Pereira (Ed.), *Congresso Nacional "Literacia, Media e Cidadania"* (pp. 463-475). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Herrera Damas, S. (2005). Retrato em diez rasgos de los observatórios de médios en América Latina. *Sala de Prensa*, 3(84). Retirado de <http://www.saladeprensa.org/art638.htm>
- Motta, L. G. (2008). A Crítica da mídia: da resistência ao desenvolvimento humano. In R. Christofoletti & L. G. Motta (Eds.), *Observatórios de mídia: olhares da cidadania* (pp. 19-37). São Paulo: Editora Paulus.
- Silva, L. M. & Paulino, F. (2016). SOS-Imprensa: da vitimologia à literacia, 20 anos de experiências de ética e comunicação. In *Memórias XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación - Grupo Temático 18 - Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación* (pp. 141-150). Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias de la Comunicación y Diseño.

Citação:

Parente, C. & Pinto, M. (2017). SOS Imprensa: 20 anos de exercício de cidadania e educação. In S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso* (pp. 410-422). Braga: CECS.